



Política de donaciones y mecenazgo/patrocinio del grupo Thermador

1- Recordatorio del principio general

1.1 Recordatorio del código de conducta (párrafos 2.3 donativos a organizaciones benéficas o políticas y 2.4 mecenazgo/patrocinio)

- los donativos y las donaciones son ventajas dadas a una empresa, una fundación o una asociación en forma de dinero y/o de contribuciones en especie; se otorgan con una finalidad específica: la investigación, la formación, el medio ambiente (desarrollo sostenible), con fines benéficos o humanitarios...
- las contribuciones políticas –monetarias o no– van destinadas a apoyar a partidos, responsables o iniciativas políticas.
- mediante el mecenazgo o el patrocinio, la empresa desea prestar su apoyo financiero o material a una obra, a una acción social, cultural o deportiva con el fin de comunicar y promover sus valores.

1.2 Precisiones aportadas

Si se realizan **donativos benéficos**, deben tomarse las siguientes precauciones:

- los donativos no deben efectuarse en caso de duda en cuanto a la calidad y a la reputación de la organización benéfica o en cuanto a los fines que persigue.
- los donativos solamente deben realizarse en situaciones en las que no puedan interpretarse como un intento de obtener una influencia inducida o una ventaja comercial inapropiada.
- los donativos no deben efectuarse en favor de personas físicas.
- los donativos/pagos realizados en efectivo no están autorizados.
- los donativos benéficos no pueden hacerse en un contexto de licitación o en el marco de una negociación comercial o financiera que involucre a personas que posean vínculos con el beneficiario.

El **mecenazgo** es el donativo en metálico o material aportado por una empresa a un organismo de interés general, sin esperar a cambio contrapartida equivalente, y tiene por objetivo hacer valer la imagen institucional de una empresa. Los donativos de mecenazgo pueden adoptar diferentes formas:

- aportación de un importe en metálico,
- puesta a disposición a título gracioso de personal, de locales,
- donativos de bienes y/o productos,

El **patrocinio** es el apoyo material prestado a un acto, a una organización, con vistas a extraer un beneficio en términos de publicidad: el nombre, la marca, el mensaje de la empresa patrocinadora van a ser ampliamente difundidos durante el acto.

Los donativos, actividades de mecenazgo y patrocinio no deben realizarse para obtener u ofrecer una ventaja inducida o influir indebidamente en una decisión. Tales solicitudes deben considerarse con cuidado, en particular las emanadas de personas en posición de influir en las actividades de la empresa o que podrían, si se concediera el donativo, obtener de él una ventaja personal. Deben realizarse sin buscar ventajas específicas por parte del beneficiario distintas de la promoción de la imagen de la empresa.

Buenas prácticas que aplicar

- Asegurarse de que los donativos y apadrinamiento/mecenazgo se realizan con total transparencia.
- Asegurarse de que las fundaciones, asociaciones, organismos beneficiarios de un donativo o del apoyo financiero adoptan prácticas compatibles con nuestros valores y nuestras expectativas en materia de prevención de la corrupción.
- Rechazar cualquier pago en cuentas privadas o abonado en especie.
- Hacer que cualquier pago sea registrado y contabilizado de manera adecuada, y que se conserve una documentación justificativa.
- Evitar los riesgos de conflicto de intereses.

2- Marco específico

2.1 Donativos

Las solicitudes de donativos deben discutirse sistemáticamente con los miembros del CODIR de cada filial (importes y número de beneficiarios) y ser de un valor razonable (con un umbral máximo de aproximadamente un 0,2 % del Resultado 2 neto tras deducción fiscal). Los donativos deben ser objeto de una trazabilidad en las cuentas de la sociedad (justificantes que conservar). El donativo sólo debe tener una intención caritativa y no debe dar lugar a ninguna contrapartida.

2.2 Contribuciones políticas

Las contribuciones políticas están terminantemente prohibidas por el grupo. El compromiso político de los colaboradores del grupo Thermador debe depender únicamente de la esfera privada.

2.3 Acciones de mecenazgo y de patrocinio

Las acciones de mecenazgo y de patrocinio son todas responsabilidad del P.D.G. o D.G. de cada filial. Dichas acciones, así como la exposición eventual de la marca (mediante la colocación en expositores, banderas, camisetas...) no deben dañar la reputación de la filial y del grupo. Cualquier operación de patrocinio y de mecenazgo debe ser objeto de un contrato, cualquiera que sea el importe, que defina con precisión el contexto y la finalidad de la operación, así como las modalidades de pagos de la ayuda.

Antes de poner en marcha una acción de mecenazgo o de patrocinio, los colaboradores deben efectuar todas las comprobaciones necesarias para asegurarse de su pertinencia y de su conformidad con las normas del grupo Thermador (cf. párrafo 1). Deben informar dentro de un plazo razonable a su responsable jerárquico cada vez que una solicitud de mecenazgo/patrocinio les sea enviada por un tercero.

2.4 Comunicación

Los donativos, acciones de mecenazgo y patrocinio deben ser objeto de una presentación cada año:

- en reunión general a los asalariados de la filial en cuestión (importes y orientaciones),
- a los miembros del COMEX (importes y acciones llevadas a cabo).
- en enero a Thermador Groupe para integrar dichas acciones en la declaración de rendimiento extrafinanciero.